

ICS 35.240.01

CCS L76

团 体 标 准

T/CAACCHINA 002-2026

生成式引擎优化 (GEO) 第 2 部分：服务商评估规范

Generative Engine Optimization (GEO) — Part 2: Service provider assessment specification

202X-XX-XX 发布

202X-XX-XX 实施

中国商务广告协会 发 布

目次

目次..... II

前言.....IV

引言..... VI

1 范围..... 1

2 规范性引用文件..... 1

3 术语和定义..... 1

 3.1 生成式引擎优化 generative engine optimization (GEO)2

 3.2 GEO 服务商 GEO service provider2

 3.3 一票否决项 one-vote veto item 2

 3.4 委托方 principal.....2

 3.5 黑帽 GEO black-hat GEO2

 3.6 信息投毒 information poisoning.....3

4 GEO 服务商分类..... 3

 4.1 内容生产型服务商.....3

 4.2 信源建设型服务商.....3

 4.3 技术平台型服务商.....3

 4.4 策略咨询型服务商.....3

 4.5 数据监测型服务商.....3

 4.6 综合服务型服务商.....3

5 GEO 服务商能力评估框架..... 4

 5.1 评估原则.....4

 5.2 维度一：企业资质与合规.....4

 5.3 维度二：技术与数据能力.....5

 5.4 维度三：服务交付能力.....5

 5.5 维度四：质量保障体系.....5

 5.6 维度五：行业实践与声誉.....6

6 GEO 服务商评估实施规范.....6

6.1 评估主体6

6.3 等级划分7

6.4 评估结果应用7

6.5 评估周期与复审8

附 录 A.....9

附 录 B.....11

参考文献.....11

前 言

本文件按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》给出的规则起草。

本文件是《生成式引擎优化（GEO）》系列标准的第 2 部分。该系列标准包括以下部分：

第 1 部分：通论及术语与定义；

第 2 部分：服务商评估规范；

第 3 部分：计价、评估与测量规范；

第 4 部分：可信语料规范；

第 5 部分：服务流程合规与安全要求。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由中国商务广告协会提出并归口。

本文件起草单位：浙文互联集团股份有限公司、科大讯飞股份有限公司、上海曼朗市场营销策划有限公司、汇诗博美文化发展（广州）有限公司、重庆灵狐科技股份有限公司、上海质安华数字科技有限公司、上海源易信息科技有限公司、北京明略昭辉科技有限公司、上海智推时代科技有限公司、上海明堂文化传播有限公司、三六零科技集团有限公司、北京搜狐新媒体信息技术有限公司、广州欢网科技有限责任公司、利欧集团数字科技有限公司、武汉当夏科技有限公司、耐特康赛网络技术（北京）有限公司、广东因赛品牌营销集团股份有限公司、芜湖小象园教育科技有限公司、北京深演智能科技股份有限公司、无限增长(北京)智能科技有限公司、北京优力互动数字技术有限公司、北京杉数智能科技有限公司、薯道电子科技（上海）有限公司、成都奇林智媒文化传播有限公司、上海臻奥数智科技有限公司、深圳智汇蓝媒科技有限公司、苏州闻道网络科技有限公司、南京小裂变网络科技有限公司、致维科技（北京）有限公司、复知智云（上海）科技有限公司。

本文件主要起草人：周日、王先超、余海鹏、李诺诗、赵金夺、周小榆、张妍、余杰、招熙琳、王云、王子冠、马记生、刘文明、杨一舟、尚晶、李扬、赵明明、梁亚楠、吴哲、叶经纬、

邓礼帆、吴富杰、张豪、王健、方瑜骅、马小婷、毕文龙、何斌、张国鹏、苗建旺、冯羽健、李哲、荆雷、陈敏刚、林婷、李奇、徐意钊、张晶一、邱文斌、林煌滨、袁学文、张东晴、栾一闻、刘嘉奇、谭北平、李浩宇、张慧。

本文件主要审查人：丁俊杰、陈徐彬、吴明辉、吴默、陈忠伟、任鹏、全佳欣、李丹、严禧汶、唐兴通。

引言

随着生成式人工智能技术的快速发展，生成式引擎优化（Generative Engine Optimization，简称 GEO）已成为品牌营销领域的重要新兴方向。GEO 服务商作为连接品牌主与 AI 生成引擎的核心执行主体，其专业能力和服务水平直接影响 GEO 服务的质量与效果。

当前，GEO 行业处于快速发展期，服务商数量迅速增长，但行业尚未形成统一的服务商能力评估规范。品牌客户在选择 GEO 服务商时面临以下突出问题：服务商水平参差不齐，缺乏客观甄别依据；服务质量和交付物缺乏基准参照；行业准入门槛模糊，低质量服务商进入拉低行业口碑；跨服务商协作缺乏统一语言。

本标准旨在建立 GEO 服务商能力评估的示范框架，为行业规范化发展提供基础性支撑。本标准聚焦服务商主体这一核心对象，通过定义服务商类型、明确能力评估维度与等级划分、评估方法与程序三个层面构建体系，为品牌客户筛选 GEO 服务商提供参考依据，为行业组织的自律管理提供技术支撑。

本标准推荐为推荐性标准，非强制性要求。标准中的能力评估结果仅作为品牌客户筛选服务商的参考建议，不构成对服务商市场资格的强制性认定。

本标准与 GEO 团体标准体系内其他标准的关系如下：与通论及术语与定义（第 1 部分）的术语与定义保持对齐；与计价、评估与测量规范（第 3 部分）的服务单元划分与效果测量规范对接；与可信语料规范（第 4 部分）的语料管理能力要求衔接；与服务流程合规与安全要求（第 5 部分）的合规底线对齐。

生成式引擎优化（GEO）第 2 部分： 服务商评估规范

1 范围

本标准规定了生成式引擎优化（GEO）服务商的能力评估框架、评估维度、等级划分和评估实施规范。

本标准适用于以下情形：

- a) 品牌客户评估和筛选 GEO 服务商时的参考；
- b) 行业协会、产业联盟等组织开展服务商能力评价的依据；
- c) GEO 服务商自我评估和能力提升的指引；
- d) 第三方评估机构开展 GEO 服务商评估的参考。

本标准不适用于：

- a) 品牌自建 GEO 团队内部能力评估（可参考使用，但不强制）；
- b) AI 生成引擎平台方的合作资质认定；
- c) 其他非 GEO 领域的数字营销服务商评估。

2 规范性引用文件

下列文件对于本标准的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本标准。凡是不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本标准。

GB/T 1.1—2020 标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则

GB/T 42454—2023 信息技术服务 数字化营销服务 移动营销技术规范

T/CAAAD 002—2020 中国互联网广告投放监测及验证要求

T/CECC 027—2024 生成式人工智能数据应用合规指南

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1 生成式引擎优化 generative engine optimization (GEO)

通过系统性的技术与内容策略，增强数字内容在生成式 AI 搜索引擎结果中的可见性、准确性和可信度的优化活动。

注 1: GEO 概念由 Aggarwal 等人于 2023 年在论文《GEO: Generative Engine Optimization》(arXiv:2311.09735) 中首次系统性提出。

注 2: GEO 的核心目标是让内容在生成式引擎响应中被发现、被引用、被推荐。

[来源: T/CAACCHINA 001-2026, 通论及术语与定义 3.1.1]

3.2 GEO 服务商 GEO service provider

向品牌主或代理机构提供 GEO 相关服务的具有独立法人资格的企业或机构。

注: 服务范围可涵盖策略咨询、技术工具提供、内容生产与优化、效果监测与分析、语料管理等一个或多个领域。

[来源: T/CAACCHINA 001-2026, 通论及术语与定义 3.1.9]

3.3 一票否决项 one-vote veto item

在评估过程中，服务商一旦触及即导致评估不通过的特定事项。

注: 如近年内因数据安全、个人信息泄露受到行政处罚；近年内存在法院终审认定的虚假宣传或不正当竞争行为；伪造评估材料或提供虚假信息。

3.4 委托方 principal

基于服务协议接受 GEO 服务商提供的生成式引擎优化服务的组织或个人。

注: 委托方通常指具有品牌推广需求的品牌主、广告主或其代理机构。

[来源: T/CAACCHINA 001-2026, 通论及术语与定义 3.1.11]

3.5 黑帽 GEO black-hat GEO

以操纵、污染、伪造、欺骗或恶意竞争为目的，绕过平台安全机制恶意影响人工智能输出结果的行为。

注: 典型手段包括利用虚假内容、异常分发、信息投毒、提示词攻击、刷量刷评、伪造信源、恶意贬损竞品等方式。

[来源: T/CAACCHINA 001-2026, 通论及术语与定义 3.1.6]

3.6 信息投毒 information poisoning

利用虚假或误导性信息干扰生成式引擎生成结果的恶意行为。

注：典型手段包括虚构引用来源、伪造数据支撑、操纵内容语义等。

[来源：T/CAACCHINA 001-2026，通论及术语与定义 3.1.5]

4 GEO 服务商分类

参照数字广告行业按照服务流程和功能进行分类的方法，本文件按照 GEO 服务流程中的核心功能定位，将 GEO 服务商划分为以下类型：

4.1 内容生产型服务商

以 GEO 内容生产和优化为核心功能的服务商。主要服务包括品牌信息结构化处理、GEO 专属内容创作、知识库建设与维护、可信语料标注与优化。此类服务商在内容供给环节发挥核心作用。

4.2 信源建设型服务商

以 GEO 可信信源建设为核心功能的服务商。主要服务包括 GEO 信源质量评估、品牌知识图谱构建、社会可信信源体系设计与建设。此类服务商在优质信源建设环节发挥核心作用。

4.3 技术平台型服务商

以 GEO 技术工具和平台为核心功能的服务商。主要服务包括 GEO 效果监测平台建设、AI 引擎行为分析、数据采集与处理平台、自动化优化工具开发。此类服务商在技术赋能环节发挥核心作用。

4.4 策略咨询型服务商

以 GEO 策略制定和咨询为核心功能的服务商。主要服务包括品牌 GEO 策略规划、竞品 GEO 分析、行业趋势研究、GEO 方法论输出。此类服务商在策略规划环节发挥核心作用。

4.5 数据监测型服务商

以 GEO 效果监测和数据分析为核心功能的服务商。主要服务包括品牌 GEO 表现监测、AI 引擎结果页采集分析、效果数据报告、投放优化建议。此类服务商在效果评估环节发挥核心作用。

4.6 综合服务型服务商

覆盖 GEO 服务全流程，具备内容、技术、策略、监测等多维度综合服务能力的服务商。此类服务商能够为客户提供端到端的 GEO 服务解决方案。

5 GEO 服务商能力评估框架

5.1 评估原则

本文件建议的 GEO 服务商能力评估框架遵循以下原则：

5.1.1 推荐性原则

本文件为推荐性文件，能力评估结果作为品牌客户筛选 GEO 服务商的参考建议，不具有强制约束力。任何组织或个人均可自愿采用本标准开展评估活动。

5.1.2 客观性原则

评估建议基于可验证的客观事实和量化指标开展，减少主观判断的影响。评估指标建议以可获取、可核实的数据为基础。

5.1.3 分类评估原则

不同类型服务商应依据其业务类型的特点，对照相应的重点指标进行评估，不进行跨类型的直接排名。

5.1.4 不预设权重原则

本文件不预设各评估维度的权重。评估实施方可根据评估目的和实际需求，自行确定各维度的权重分配方案。

5.2 维度一：企业资质与合规

本维度评估服务商作为市场主体的合法合规性与经营稳定性，是服务商参与评估的基本前提。

评估内容包括：

- a) 主体资质：具有独立法人资格，合法注册并持续经营；
- b) 经营范围：营业执照经营范围涵盖技术服务、数字营销、内容服务或相关业务类别；
- c) 合规记录：近三年内无重大行政处罚记录、无严重失信记录；
- d) 资质认证：具备 ISO9001 质量管理体系认证或 ISO27001 信息安全管理体系认证者优先。

存在以下都和一票否决项的任一情形，评估直接不予通过：

- a) 近三年内因违反《广告法》《个人信息保护法》《数据安全法》等受到行政处罚；
- b) 被列入严重违法失信名单；

- c) 存在重大知识产权侵权纠纷且尚未解决；
- d) 存在黑帽 GEO[见 3.5]、信息投毒[见 3.6]或其他恶意操纵 AI 生成结果的行为。

5.3 维度二：技术与数据能力

本维度评估服务商的技术实力和在数据应用方面的能力，包括对生成式引擎核心技术架构（如检索增强生成 RAG、向量检索等）的理解与应用能力。重点适用于技术平台型和数据监测型服务商的评估。

评估内容包括：

- a) 技术平台：具备 GEO 相关技术工具或平台，如监测系统、分析工具、优化平台等；
- b) 数据能力：具备合规的数据采集、处理和分析能力，数据来源合法、使用合规；
- c) AI 引擎理解：对主流生成式 AI 引擎的工作原理和优化机制有系统性理解和实践经验，包括对检索增强生成（RAG）、语义相关性、向量检索等核心技术的理解；
- d) 接口集成：具备与客户系统、第三方平台的技术对接能力；
- e) 安全能力：具备数据安全保障措施，符合《数据安全法》《个人信息保护法》相关要求。

5.4 维度三：服务交付能力

本维度评估服务商将 GEO 服务承诺转化为实际交付成果的能力。重点适用于内容生产型和综合服务型服务商的评估。

评估内容包括：

- a) 服务流程：具有标准化的 GEO 服务流程和作业规范；
- b) 团队配置：具备与业务规模相适应的专业团队，核心岗位人员具备相关经验和能力；
- c) 项目管理：具有项目管理体系，能够保障项目按时、按质交付；
- d) 客户响应：具有客户沟通机制和问题响应处理流程；
- e) 交付追溯：服务过程和交付物具有可追溯性。

5.5 维度四：质量保障体系

本维度评估服务商在服务质量和内部管理方面的体系化水平，包括对黑帽 GEO[见 3.5]和信息投毒[见 3.6]等违规行为的识别与防范能力。

评估内容包括：

- a) 质量标准：建立内部服务质量和验收规范；
- b) 过程监控：对服务过程关键环节设置质量检查点；
- c) 问题处理：建立服务质量问题的发现、处理和改进机制；
- d) 知识管理：具有项目经验和知识成果的沉淀机制；
- e) 持续改进：基于数据反馈的服务优化和迭代能力。

5.6 维度五：行业实践与声誉

本维度评估服务商的行业积累和市场认可度。项目效果评价应参照 AI 可见率、AI 情感指标、认知份额、平均排名、指定信息正确率、指定信息覆盖率等效果指标[见第 3 部分]进行综合评价。重点适用于策略咨询型和综合服务型服务商的评估。

评估内容包括：

- a) 项目经验：已完成 GEO 项目的数量、规模和行业覆盖度；
- b) 客户评价：客户满意度反馈和续约情况；
- c) 行业贡献：参与行业标准制定、发布研究成果、开展行业分享等；
- d) 创新能力：在 GEO 方法论、技术工具、服务模式等方面的创新实践。

6 GEO 服务商评估实施规范

6.1 评估主体

GEO 服务商能力评估可由以下主体发起和组织：

- a) 行业协会：中国商务广告协会 AI 营销应用工作委员会等行业组织；
- b) 第三方机构：具备评估资质的独立第三方评估机构；
- c) 产业联盟：GEO 产业生态联盟等联合组织；
- d) 服务商自评：服务商依据本标准开展自我评估。

建议优先由行业协会组织或委托第三方机构开展评估，以保证评估的公信力和客观性。

6.2 评估方法

6.2.1 材料审核

评估对象按照评估要求提交相关证明材料，评估方对材料的真实性、完整性进行审核。材料包括但不限于：企业资质证明、项目案例材料、客户证明、技术平台说明、管理体系文件等。

6.2.2 现场评审

评估方可根据需要进行现场考察，核实服务商的办公环境、团队规模、技术设施等情况。现场评审应提前通知被评估方，评审过程应有记录。

6.2.3 客户调研

评估方可通过问卷、访谈等方式，向服务商的客户了解服务满意度、项目效果等。客户调研应保护被调研客户的商业秘密和隐私。

6.2.4 综合评定

评估方根据材料审核、现场评审和客户调研的结果，对照本标准规定的评估指标，综合评定服务商的等级。评估过程中宜采用 GEO 评估[见第 3 部分]的规范化方法，确保评估结果的客观性和可比性。

6.3 等级划分

GEO 服务商能力评估等级划分为以下四个等级：

- A 级（卓越）：在所有评估维度均表现优异，具备行业领先的服务能力；
- B 级（优秀）：在大部分评估维度表现良好，具备稳定可靠的服务能力；
- C 级（合格）：基本满足评估要求，具备提供 GEO 服务的基础能力；
- D 级（待改进）：部分评估维度未达到基本要求，需进行能力提升。

6.4 评估结果应用

6.4.1 结果用途

基于本文件建议的能力评估框架取得的结果仅作为以下用途的参考依据：

- a) 品牌客户筛选 GEO 服务商时的参考信息；
- b) 行业组织发布服务商推荐名录的依据；
- c) 服务商自我改进和能力提升的参照；
- d) 行业研究和市场分析的参考数据。

6.4.2 非强制性声明

本标准能力评估结果不具有强制约束力。任何组织和个人不得以本标准评估结果作为排斥、限制服务商参与市场活动的依据。评估结果的使用应遵循公平、公正、自愿的原则。

6.5 评估周期与复审

GEO 服务商能力评估的有效期为两年。评估到期后，服务商可申请复审。复审程序与初次评估相同。

在评估有效期内，如服务商发生重大变更（如股权变更、核心业务调整、重大合规事件等），应主动向评估机构报告，评估机构可根据情况决定是否提前启动复审。

附 录 A

(资料性)

能力评估指标详表

表 A.1 至表 A.5 给出了各评估维度的详细指标说明，供评估实施方参考使用。

表 A.1 维度一：企业资质与合规评估指标

评估项	说明
法人资格	具有独立法人资格，合法注册
经营范围	涵盖技术服务、数字营销或相关业务
经营年限	连续经营满 1 年及以上
合规记录	近 3 年无重大行政处罚、无严重失信记录
资质认证	ISO9001/ISO27001 认证（优先项）
一票否决项	重大违法、严重失信、重大知识产权侵权、黑帽 GEO 行为、信息投毒

表 A.2 维度二：技术与数据能力评估指标

评估项	说明
技术平台	具备 GEO 监测/分析/优化工具或平台
数据能力	合规的数据采集、处理和分析能力
AI 引擎理解	对主流 AI 引擎工作原理和优化机制的理解，包括对 RAG、向量检索、语义相关性等核心技术的掌握
接口集成	与客户系统、第三方平台的技术对接能力
安全保障	数据安全措施符合法律法规要求

表 A.3 维度三：服务交付能力评估指标

评估项	说明
服务流程	标准化的 GEO 服务流程和作业规范
团队配置	与业务规模相适应的专业团队
项目管理	项目管理体系，保障按时按质交付
客户响应	客户沟通机制和问题响应流程
交付追溯	服务过程和交付物可追溯

表 A.4 维度四：质量保障体系评估指标

评估项	说明
质量标准	内部服务质量和验收规范
过程监控	关键环节质量检查点设置
问题处理	服务质量问题的发现、处理和改进机制
知识管理	项目经验和知识成果沉淀机制
持续改进	基于数据反馈的服务优化和迭代能力
合规防范	对黑帽 GEO 和信息投毒等违规行为的识别与防范机制

表 A.5 维度五：行业实践与声誉评估指标

评估项	说明
项目经验	已完成项目的数量、规模和行业覆盖度
客户评价	客户满意度反馈和续约情况
行业贡献	参与标准制定、发布研究成果、行业分享
创新能力	方法论、技术工具、服务模式的创新实践
效果指标	AI 可见度/提及率、AI 情感指标、认知份额、平均排名、指定信息正确率、指定信息覆盖率等效果指标指标的应用能力

附 录 B

(资料性)

服务商分类对照表

表 B.1 给出了不同类型服务商的能力评估重点参照说明。

表 B.1 服务商类型与评估重点对照

评估维度	内容生产型 服务商	信源建设型 服务商	技术平台型 服务商	策略咨询型 服务商	数据监测型 服务商	综合服务型 服务商
企业资质与合规	重点评估	重点评估	重点评估	重点评估	重点评估	重点评估
技术与数据能力	参照评估	重点评估	重点评估	参照评估	重点评估	重点评估
服务交付能力	重点评估	重点评估	常规评估	常规评估	常规评估	重点评估
质量保障体系	常规评估	常规评估	常规评估	常规评估	常规评估	重点评估
行业实践与声誉	常规评估	常规评估	常规评估	重点评估	常规评估	重点评估

说明:

- a) 表中“重点评估”表示该维度对该类型服务商为核心考察内容;
- b) “常规评估”表示该维度对该类型服务商为一般考察内容;
- c) “参照评估”表示该维度对该类型服务商为参考性考察内容;
- d) 综合服务型作为全链条服务商, 应在所有维度均达到重点评估要求。

参考文献

[1] GB/T 1.1—2020 标准化工作导则 第 1 部分: 标准化文件的结构和起草规则[S].

- [2] GB/T 42454—2023 信息技术服务 数字化营销服务 移动营销技术规范[S].
- [3] T/CAAAD 002—2020 中国互联网广告投放监测及验证要求[S].
- [4] T/CECC 027—2024 生成式人工智能数据应用合规指南[S].
- [5] 《中华人民共和国广告法》[Z].
- [6] 《中华人民共和国个人信息保护法》[Z].
- [7] 《中华人民共和国数据安全法》[Z].
- [8] 《生成式人工智能服务管理暂行办法》[Z].
- [9] Aggarwal P, Murahari V, Rajpurohit T, et al. GEO: Generative Engine Optimization[C]//Proceedings of the 2024 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency, 2024.
- [10] 中国商务广告协会 AI 营销应用工作委员会, 明略科技. 2025 中国 GEO 行业发展报告[R]. 2025.